

AEC CONNECT

THIRD ISSUE / 2021



ผู้บุกเบิกอาณาจักร
พลังงานทดแทน
ภูมิภาคอาเซียน

จอมทรัพย์ โลจายะ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี
คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)





Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

ภาพรวมเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงไตรมาส 3 ได้รับผลกระทบพอสมควร เนื่องจากหลายประเทศเผชิญกับตัวเลขผู้ติดเชื้อโรคโควิด 19 ที่มากขึ้น ยกตัวอย่างประเทศเวียดนามที่ต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์อย่างเข้มงวดส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นวงกว้างทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ โดย GDP ในไตรมาส 3 ตดลถึงร้อยละ 6.2

ขณะที่ ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ได้ปรับลดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 3.1 ลดลงจากที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 4.4 อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาหลายประเทศในภูมิภาคพบการระบาดครั้งล่าสุดทำให้ 'อาเซียน' เลือกที่จะเปิดเมือง เพื่อสร้างสมดุลระหว่างโรคระบาดและเศรษฐกิจซึ่งการปรับตัวเรียนรู้ที่จะอยู่กับโรคโควิด 19 ดูเหมือนจะเป็นทางออกที่สมเหตุสมผลเพื่อขับเคลื่อนประเทศให้เดินหน้าต่อไปได้

ส่วนประเทศไทยของเราที่รัฐบาลให้มีการเปิดประเทศ ก็น่าจะเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับผู้ประกอบการและผมหวังว่าทุกท่านจะได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างมากจากวารสารเล่มนี้เช่นเคย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทสัมภาษณ์พิเศษ คุณจอมทรัพย์ โลจาเย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์เปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากรายการ AEC TAKE-OFF เพื่อเป็นแนวทางและแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจต่อไป

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี”

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์
รองผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
บรรณาธิการบริหาร

In This Issue

จอมทรัพย์ โลจาเย CEO SUPER ผู้บุกเบิกพลังงานทดแทนในอาเซียน **4**

ASEAN EV Hub รับเมกะเทรนด์แห่งโลกอนาคต **10**

Millennial Take All พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจในมาเลเซีย **12**

ส่องแผน “เปิดประเทศ” ในอาเซียน สัญญาณบวกต่อเนื่อง **14**

Gojek ถึง GoTo ก้าวสู่ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน **16**

Raena Lim ไทฟัสตรีมมิ่ง บน IG สร้างโอกาสทางการค้า **18**

President Message

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ต่างกันไป อาทิ ภาคท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ขณะที่ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าไอที และธุรกิจดิจิทัลเวอร์รี่ได้อานิสงส์จากการทำงานที่บ้าน จึงมองว่าโลกในภายหลังกการระบาด ประเทศไทยจะเผชิญความท้าทายอย่างมาก โดยเฉพาะการฟื้นฟูภาคท่องเที่ยวเบื้องต้น คาดว่าการเดินทางทั่วโลกจะยังไม่ฟื้นในเร็วๆ นี้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวจีนจะยังไม่กลับมา ไทยจึงควรหันไปยังการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่มทดแทน

ขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงในด้านความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ที่จะเป็อุปสรรคต่อการค้าโลก ทำให้การเร่งสร้างความร่วมมือระบบการเงินระดับภูมิภาค โดยเฉพาะระบบการชำระเงิน จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้อเอเชียมากขึ้น ขณะที่โครงการรถไฟความเร็วปานกลางจีน-สปป. ลาว จะเปิดโอกาสทางการค้าใหม่ทั่วภูมิภาค โดยทั้งหมดนี้จะเอื้อประโยชน์ได้ หากจีนจะผงาดขึ้นเป็นมหาอำนาจเศรษฐกิจโลกต่อไป

สิ่งสำคัญที่ธนาคารกรุงเทพตระหนักเสมอมาในช่วงวิกฤติโควิด 19 คือ การหาวิธีทำอย่างไรที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถผ่านพ้นวิกฤติไปได้ โดยธนาคารมุ่งเน้นเติมสภาพคล่องให้ลูกค้า เพื่อให้ยังคงการจ้างงานต่อไป รวมทั้งมองหาโอกาสธุรกิจใหม่ๆ ให้ลูกค้าเดินหน้าต่อไป

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



| AEC Secret |

ผู้บุกเบิกอาณาจักร พลังงานทดแทน ภูมิภาคอาเซียน

จอมทรัพย์ โลจายะ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี
คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



สแกน QR code รับชมรายการ AEC TAKE-OFF :
“พลิกมุมมองจับโอกาสธุรกิจหมื่นล้านพลังงานทดแทน”

บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือที่ทุกคนรู้จักกันในนาม ‘SUPER’ ผู้นำธุรกิจพลังงานทดแทนแถวหน้าของประเทศไทย ไม่ว่าจะพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานจากขยะ กำลังเติบโตใหญ่ขยายฐานการลงทุนไปสู่ภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะในประเทศไทยเวียดนาม

แน่นอน ความสำเร็จ ณ วันนี้ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญก็คือ คุณจอมทรัพย์ โลจายะ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นความตั้งใจแรงกล้าวางเข็มทิศในธุรกิจที่มีศักยภาพและดูแลรักษาสภาพแวดล้อม นำมาสู่วิสัยทัศน์ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าที่มีมูลค่าเกินกว่า 2.7 หมื่นล้านบาท

คุณจอมทรัพย์ โลจายะ ให้เกียรติสัมภาษณ์พิเศษรายการ AEC TAKE-OFF แชนแนลประสบการณ์ผ่านมุมมอง “พลิกมุมมองจับโอกาสธุรกิจหมื่นล้านบาททดแทน” แบ่งปันความสำเร็จในฐานะผู้ประกอบการคนไทยที่ก้าวไปอย่างโดดเด่นที่สุดแห่งเวทีอาเซียน

AEC TAKE-OFF : คุณจอมทรัพย์ เล่าให้ฟังถึงภาพรวมธุรกิจของ บริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในปี 2564 นี้ ว่าเป็นอย่างไรบ้างคะ

คุณจอมทรัพย์ : SUPER ค่อนข้างโชคดีมากครับ เพราะเราอยู่ในธุรกิจขายไฟฟ้าและธุรกิจสัมปทาน ผลกระทบในแง่ของรายได้จึงไม่มีปีที่แล้วเราเติบโตมากและได้สัญญาการจ่ายไฟฟ้าเชิงพาณิชย์ (COD) เพิ่มเติมช่วงปลายปีอีก 550 เมกะวัตต์ ก็ทำให้รายได้ช่วงครึ่งปีแรกของเราอยู่ที่ 4,400 ล้านบาท เติบโตเกือบร้อยละ 50-60 ส่วนปีนี้เป้าหมายวางไว้ประมาณ 9,000 ล้านบาท น่าจะได้ตามเป้าเช่นกัน มีกำไรสุทธิ (Net Profit) ก้าวกระโดดขึ้นตามมาเรายังไม่มีผลกระทบจากโควิด 19 ในเชิงของรายได้นะครับ แต่คงเหมือนทุกบริษัทที่โควิด 19 ก็มีผลกระทบกับการวางแผนและดำเนินงานของเรา เพราะวันนี้เกือบ 2 ปีแล้วที่ผมไม่ได้ไปเวียดนาม แต่ก็ค่อนข้างโชคดีมากที่มีผู้บริหารมือหนึ่งอยู่ที่เวียดนาม ทำให้สามารถดำเนินงานไปได้

AEC TAKE-OFF : การขับเคลื่อนระบบการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพช่วงโควิด 19 คุณจอมทรัพย์มีวิธีบริหารอย่างไรคะ

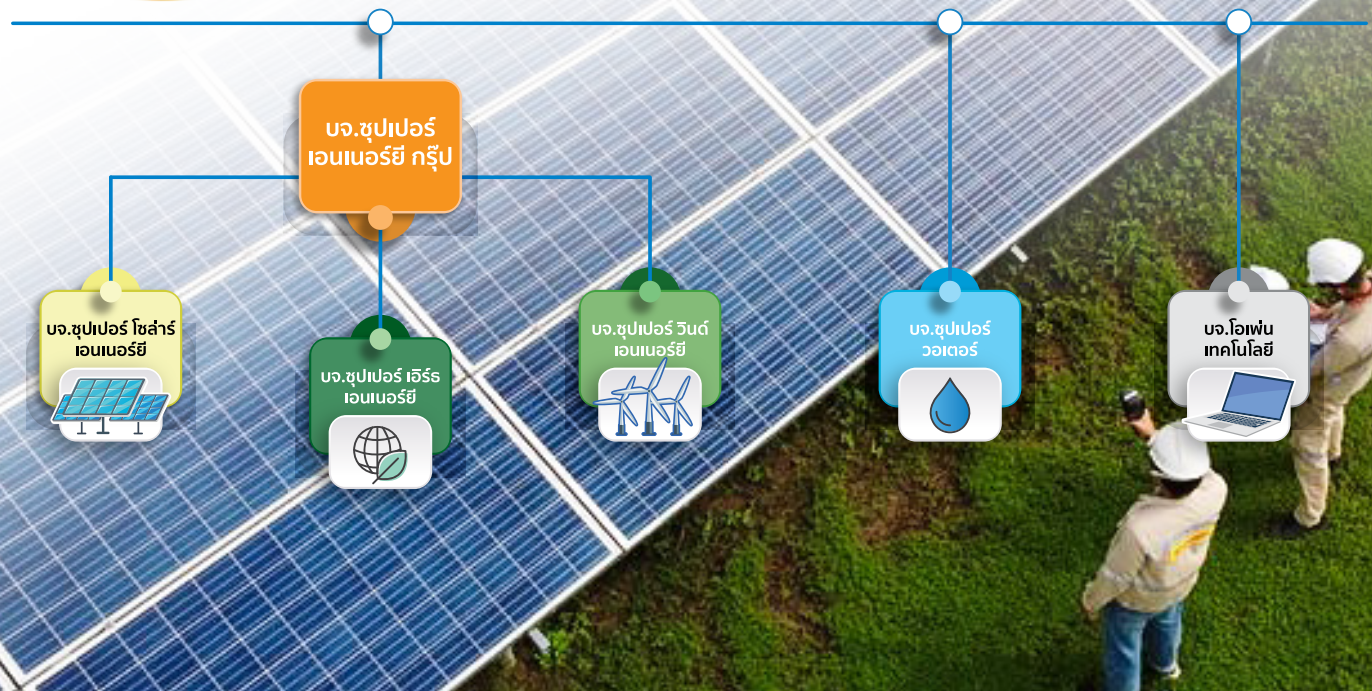
คุณจอมทรัพย์ : เราก็ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยครับ ไม่ว่าจะเป็น Microsoft Teams หรือ Zoom เอง จะมีการประชุมบ่อยครั้งแทนที่ต้องบินไปเวียดนาม ก็ประชุมผ่านเทคโนโลยีแบบเห็นหน้ากันครับ วันนี้ SUPER โชคดีเพราะเราลงทุนโครงสร้างพื้นฐานไว้ในเวียดนามค่อนข้างแข็งแกร่ง เรามีพนักงานอยู่ที่เวียดนามประมาณ 157 คน และทีมบริหารที่มีประสบการณ์ทางด้านนี้ ผลกระทบก็เลยไม่ได้รุนแรงในด้านของการบริหาร แต่ก็ไม่คล่องตัวเหมือนสมัยก่อน ที่บินเข้าไปดูงานเองได้

AEC TAKE-OFF : หากไม่มีสถานการณ์โควิด 19 เชื่อว่าภาวะธุรกิจจะเติบโตได้แข็งแกร่งและรวดเร็วกว่านี้

คุณจอมทรัพย์ : โควิด 19 ก็ทำให้ทุกอย่างมันช้าลง ถือเป็นปกติอยู่แล้วเพราะในแง่ของเวียดนามเอง วันนี้อากาศเดินทางระหว่าง



โครงสร้างบริษัทในกลุ่ม ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น



นครโฮจิมินห์กับกรุงฮานอย ไม่สามารถทำได้ หรือระหว่างจังหวัดก็ปิดล็อกดาวนไ้ไป อันนี้คือผลกระทบของโควิด 19 คือ Mobilization มันน้อยลง เราก็ต้องปรับตัวไปก็ก็เป็นผลกระทบสำหรับทุกธุรกิจ แต่ผมค่อนข้างโชคดีที่ว่าไม่มีผลกระทบในแง่ของรายได้และกระแสเงินสด ถือว่า SUPER ยังโตตามเป้าหมายที่วางไว้เกือบ 9,000 กว่าล้าน หรือ เกือบ 10,000 ล้านบาทในปีนี้

AEC TAKE-OFF : ถือว่าปีนี้ SUPER เติบโตได้อย่างดีตามเป้าหมาย

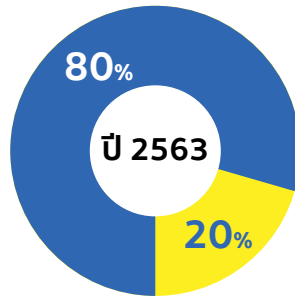
คุณจอมทรัพย์ : โชคดีครับที่เราอยู่ในอุตสาหกรรมที่เป็น Mega Trend วันนี้ Renewable เป็นพลังงานทดแทนกำลังจะเปลี่ยนมาเป็นพลังงานหลัก เพราะการเติบโตของการผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินหรือก๊าซ จะถูกปรับมาใช้พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม หรือพลังงานน้ำ ซึ่งตรงส่วนนี้ SUPER เราอยู่ในส่วนของพลังงานทดแทนก็จะสามารถเติบโตจากการเปลี่ยนแปลงของวิธีใช้พลังงานไปด้วย

AEC TAKE-OFF : การที่บริษัทอยู่ใน Mega Trend ของโลกธุรกิจ คุณจอมทรัพย์มองอย่างไร เกี่ยวกับอนาคตพลังงานทดแทนในอาเซียน

คุณจอมทรัพย์ : ผมขอพูดถึงในแง่ของโลกก่อนนะครับ ประเทศในยุโรปประกาศแล้วว่า จะใช้พลังงานทดแทน 100 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2030 ไม่ว่าจะเป็นนอร์เวย์หรือเยอรมัน สหรัฐฯ ก็กำลังจะปรับตาม ดังนั้นเทรนด์ของโลกทำให้ความต้องการพลังงานทดแทนจะเติบโตแบบก้าวกระโดด เราเห็นทิศทางเติบโตนี้มา 2-3 ปี ถือว่าเร็วแล้ว แต่การที่ทุกคนจะปรับเปลี่ยนมาใช้พลังงานทดแทนในแง่ของโลกมันจะก้าวกระโดดขึ้น

ในภูมิภาคอาเซียนก็เหมือนกัน วันนี้เมืองไทยยังใช้ก๊าซธรรมชาติกับถ่านหินสัดส่วนค่อนข้างมากร้อยละ 50-60 เห็นนโยบาย

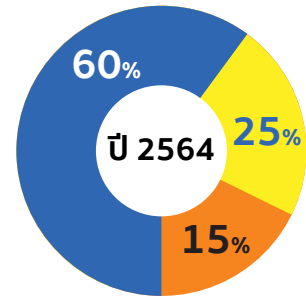
สัดส่วนรายได้พลังงานทดแทน ซุปเปอร์ เอนเนอร์จี้



พลังงานแสงอาทิตย์



พลังลม - ก๊าซ



พลังงานแสงอาทิตย์



พลังลม



ก๊าซ

ของรัฐบาลประกาศมาแล้วจะปรับพลังงานทดแทนขึ้นไปเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของพลังงานที่ใช้ในครัวเรือน ไม่ใช่พลังงานที่กำลังผลิต ดังนั้นในแง่การเติบโตผมเชื่อในช่วง 5-10 ปีข้างหน้าในเมืองไทยเองก็จะต้องก้าวกระโดด เพราะวันนี้ทุกคนกำลังห่วงปัญหาภาวะโลกร้อน ทุกคนไปเซ็นสัญญาที่ Paris Convention หรือที่ทุกคนรู้จักกันว่า COP21 ตรงส่วนนี้ จะบังคับให้ทุกประเทศลดการสร้างคาร์บอนไดออกไซด์ให้น้อยลง ซึ่งเมืองไทยเราร้อยละ 35 ของคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นซึ่งทำให้โลกร้อน มาจากการผลิตไฟฟ้า ประเทศไทยจึงต้องปรับกลยุทธ์ของตัวเอง เพราะวันนี้ภายใน 2-3 ปีข้างหน้ายุโรปเขาจะมีสิ่งที่เรียกว่า Carbon Tariffs หรือภาษีสิ่งของที่มาจากประเทศที่ไม่ได้ลดการสร้างคาร์บอนไดออกไซด์ ดังนั้น วันนี้เราเห็นแล้วครับ อย่างสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเอง ก็เริ่มจะประชุมกันว่าทำอย่างไรให้ใช้พลังงานทดแทนเพิ่มเติม เพราะไม่เช่นนั้นสมาชิกจะไม่สามารถส่งออกไปขายที่สหภาพยุโรปได้ ถ้าเกิดส่งไปก็จะโดนภาษีพิเศษแล้วก็เกิดเป็น Mega Trend ซึ่ง SUPER มองตรงส่วนนี้ว่า มันเป็นเรื่องในช่วง 10 ปีข้างหน้า การเปลี่ยนแปลงในการผลิตไฟฟ้าที่เราเรียกว่า Energy Transition จะต้องปรับมาหมด จากก๊าซธรรมชาติจะต้องถูกปรับ

เปลี่ยนหรือถ่านหินก็ต้องปรับเปลี่ยนกลับมาเป็นแสงอาทิตย์ ลม น้ำ หรือขยะเองก็ตาม ตรงส่วนนี้ทำให้ไม่ถึงทำได้เพราะ Key ก็คือเทคโนโลยีมาถึงจุดที่ทำได้แล้วนะครับ เรายังมอง Trend ของอาเซียนและของโลกเหมือนกัน

วันนี้ SUPER อยู่ใน 2 ประเทศแล้วนะครับ ก็คือเมืองไทยกับเวียดนาม เรายังมองภูมิภาคนี้ทั้งหมดแล้วครับ ไม่ว่าจะเป็นกัมพูชาที่มีความต้องการที่จะใช้ไฟฟ้าสูงขึ้น หรือ สปป. ลาว ที่จะเป็นฐานการผลิตส่งไฟไปที่เวียดนามหรือประเทศไทยหรือแม้แต่เมียนมา มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ตรงส่วนนี้เป็นส่วนหนึ่งของ Community ที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปด้วยกัน SUPER คิดว่าธุรกิจของเรา แม้ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาเติบโตก้าวกระโดดแล้วก็ตาม แต่เทรนด์อันนี้จะใหญ่มาก เรายังจะก้าวกระโดดอีกครั้งหนึ่งไปกับ Trend ของ Mega Trend พลังงานทดแทน

AEC TAKE-OFF : ในช่วงที่คุณจอมทรัพย์เริ่มต้นธุรกิจนี้ มองว่ามันจะเติบโตแบบก้าวกระโดดเช่นนี้หรือไม่คะ

คุณจอมทรัพย์ : คือต้องยอมรับนะครับ ตอนที่ผมเริ่มไม่คิดว่ามันจะใหญ่ถึงขนาดนี้ เรายังมองว่าเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง SUPER

เติบโตจากธุรกิจเล็กๆ ถ้าดู Background เราเริ่มต้นธุรกิจวัสดุก่อสร้างทำอิฐมวลเบา แล้วในช่วงนั้นก็วิกฤติ ผมจึงปรับมาที่พลังงานทดแทน มองว่าเป็นธุรกิจที่ดีและก็จะช่วยในแง่ของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น แต่ที่ผมชอบมากที่สุดก็คือรายได้ที่มั่นคง เป็นรายได้จากรัฐบาลหรือการไฟฟ้า เพราะตอนผมทำอิฐมวลเบาฉันนั้น ผมต้องแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งที่เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่นะครับ และเขาสามารถปรับราคาลดลงมาขายต่ำกว่าทุนได้ เพราะเขามีสินค้าอย่างอื่นที่มีกำไรอยู่ ช่วงนั้นก็ช่วงที่มีดีแปดด้าน ต้องหาธุรกิจใหม่เข้ามา เลยมองมายังธุรกิจสาขาพลังงาน แต่เมื่อผมอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ผมยังรักนะครับ เพราะเป็นอะไรที่เราช่วยสิ่งแวดล้อมและทำให้โลกดีขึ้นด้วย ไม่ว่าจะโรงไฟฟ้าขยะของเราเองที่เปิดมา 2 แห่ง ก็ช่วยแก้ปัญหาขยะในจังหวัดนั้นๆ ได้เลย เราอยากเติบโตไปด้วยกัน ตอนแรกเราไม่ได้เห็นเทรนด์แต่ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ปัญหาโลกร้อน น้ำท่วม พายุ หรืออะไรก็ตาม มันทำให้เห็นความสำคัญว่าเรากำลังได้ช่วยโลกอยู่ แต่ในวินาทีที่เราช่วยโลก บริษัทเราก็เติบโตและทำรายได้ให้ผู้ถือหุ้นด้วย อันนี้ก็เลยเป็นอะไรที่ค่อนข้างโชคดี เพราะตอนนั้นไม่ได้มองว่ามันจะใหญ่เท่านี้ ถือว่าเกินคาดมาก

AEC TAKE-OFF : เวียดนามเป็น Strategic Location ของบริษัทเลยหรือไม่ และคุณจอมทรัพย์วางแผนที่จะสร้างความแข็งแกร่งในประเทศนี้อย่างไร

คุณจอมทรัพย์ : SUPER ค่อนข้างโชคดี เพราะเราเข้าไปลงทุนในเวียดนาม 4 ปีมาแล้ว ค่อนข้างเร็วกว่าคนอื่นที่เข้าหลังเราปีถึงปีครึ่ง ก็เลยทำให้เราได้ฐานที่มั่นคงและก็ Connection ที่ดี ผมมองว่าเวียดนามในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า ยังเป็น Strategic Growth เพราะว่าความต้องการไฟฟ้าของเขาค่อนข้างสูงมากนะครับ แต่ละปีความต้องการเติบโตประมาณร้อยละ 6-10 ในแง่ของเมืองไทยถ้าเรามาเทียบแล้วการ

เติบโตในการใช้ไฟฟ้าประมาณร้อยละ 1-2 เท่านั้น ทำไมหรือครับ เพราะวันนี้ทุกคนทั้งโลกเลยไม่ใช่ SUPER บริษัทเดียว อาจจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม การลงทุนทางตรง (FDI) กำลังเข้าไปสูงมาก เขากำลังเป็นฐานการผลิตใหม่แทนประเทศจีน วันนี้เราต้องยอมรับว่าเงินถูกกีดกันโดยสหรัฐอเมริกาและหลายๆ ประเทศ นักลงทุนจึงย้ายฐานการผลิตไปอยู่ที่เวียดนาม สิ่งแรกที่ต้องการคือ โครงสร้างพื้นฐาน น้ำ ไฟ การเดินทางที่ดี เราก็ก็น่ามีส่วนร่วมนะครับในส่วนของพลังงานทดแทน ก็คือแสงอาทิตย์กับพลังงานลม วันนี้ในเวียดนามตลาดเราอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 ของพลังงานทดแทน พลังงานแสงอาทิตย์เขามีอยู่ 16,500 เมกะวัตต์ซึ่งเติบโตเร็วมาก ขณะที่ของไทยมีอยู่ประมาณ 2,700 เมกะวัตต์เท่านั้น วันนี้เราดำเนินการมาแล้ว 10 ปี แต่เวียดนามทำมาแค่ 3 ปี เขาโตถึง 16,500 เมกะวัตต์ ดังนั้น SUPER ก็โชคดี เพราะเราเข้าไปในเวลาที่ถูกต้อง ได้ส่วนแบ่งร้อยละ 5 ของตรงนั้นประมาณ 836 เมกะวัตต์ เป็นจุดเริ่มต้นเท่านั้นครับ เพราะวันนี้เวียดนามประกาศออกมาแล้วว่าจะขยายพลังงานลมภายในปี 2030 ขึ้นไปถึง 20,000 เมกะวัตต์ วันนี้เราก็กำลังจับเทรนด์ตรงส่วนนี้ เพราะมี Know How เรื่องลมแล้ว ก็จะเติบโตในเวียดนามต่อไปก็เป็นอะไรที่ดีครับ แล้วเวียดนามมีประชากร 100 ล้านคน อายุของประชากรค่อนข้างต่ำกว่าเมืองไทย เป็นหนุ่มสาวประมาณ 20-40 เมืองไทยเป็น Aging Society นะครับ กำลังซื้อก็ค่อนข้างสูง ดังนั้นในแง่ธุรกิจ ถ้าท่านทำธุรกิจอยู่วันนี้โอกาสในเวียดนามเติบโตสูงมาก ก็สามารถนำไปขายหรือไปผลิตที่เวียดนามก็ได้ เพราะตลาดค่อนข้างใหญ่มาก

AEC TAKE-OFF : อยากให้คุณจอมทรัพย์เล่าถึงความยากง่ายในการทำธุรกิจที่เวียดนามว่ามีมากน้อยแค่ไหน

คุณจอมทรัพย์ : ก็ต้องเข้าใจนะครับว่าเวียดนามก็มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง

ไม่ว่าทางด้านประชาชน วิธีคิด เขาอาจจะไม่เหมือนเมืองไทยนะครับ ดังนั้นการจะเข้าไปทำธุรกิจของแต่ละประเทศ เราจะต้องศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเขา ในแง่ของนักลงทุนเวียดนามถ้าเกิดมุมมองของผมแล้วเขาจะมองเป็น Deal ไปคือทำไปทีละอัน ยังไม่คิดถึงอนาคตว่าจะเป็นระยะยาวเป็น Partner กัน ส่วนในแง่ของเมืองไทยหรือคนไทยจะมองว่าทำด้วยกัน เราเป็นธุรกิจระยะยาวนะ ถ้าทำ Deal นี้ อาจจะได้กำไรน้อยหน่อยไม่เป็นไร Deal หนาก็เพิ่มกำไรไป หรือ Deal นี้ อาจจะไม่ได้กำไรเลย ก็ช่วยๆ กันให้ผ่านไปก่อน แล้ว Deal หนาก็มากำไรด้วยกัน โตไปด้วยกัน เราจึงต้องเข้าใจตรงส่วนนี้ แล้วจะบริหารจัดการได้ง่าย พุดง่ายๆ ว่าวันนี้เราต้องมองให้ชัดเจนในแต่ละ Deal ไม่ใช่เรามองอนาคตอย่างเดียวในการทำธุรกิจ

เท่าที่ SUPER เข้าไปดำเนินการอยู่วันนี้ก็ต้องบอกว่ายังสบายๆ เป็นตลาดที่เติบโตเร็วมาก ความต้องการของหลายๆ อย่างสูงมาก ผมเห็นนักธุรกิจไทยหลายๆ ท่านเข้าไปแล้วประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จ อันนี้เป็นธรรมดาของการทำธุรกิจอยู่แล้ว เมื่อความต้องการเขาเยอะ ถ้าเกิดเรามี Know How ที่พิเศษยกตัวอย่างทำ Food Product ที่ดีๆ ตลาดมันใหญ่มาก เราก็เข้าไปกินส่วนแบ่งตลาดได้ ตรงส่วนนี้เป็นอะไรที่เราผ่านมา ถือว่าค่อนข้างโชคดี แม้มีปัญหามากอย่างก็ต้องแก้ไขกันไป แล้วก็ปรับไปเรื่อยๆ แต่โชคดีต้นทุนด้านการเงินเรายังต่ำกว่าตลาดในประเทศเวียดนาม ดังนั้นเราจะมีเรื่อง Cost Advantage เพราะดอกเบี้ย ณ วันนี้เขายังสูงกว่าเมืองไทย ถ้าเทียบทุกอย่างเหมือนกันหมด เขาก็รู้รอบบาทกับเรารู้รอบบาทต้นทุนเขาจะสูงกว่า ส่วนนี้ก็เป็นประโยชน์และเป็นความได้เปรียบของนักลงทุนไทยที่เข้าไป เพราะมี Funding ที่ถูกกว่าเขา

AEC TAKE-OFF : กลยุทธ์ทางการตลาดของ SUPER ที่ทำให้เติบโตในเวียดนาม

คุณจอมทรัพย์ : วันนี้เราต้องการเพิ่มการลงทุนนะครับ เพราะว่าเราอยู่กับธุรกิจไฟฟ้า เรามองไปถึงโอกาสด้าน โครงสร้างพื้นฐาน อื่นๆ ในอนาคตอีก 3-4 ปีข้างหน้า เรามองว่าอีกหน่อยจะต้องมี Mass Transit ไม่ว่าจะเป็นสัมปทานรถไฟไฟฟ้า สัมปทานทางด่วน หรือสัมปทานสายส่งก็ตาม ซึ่งปีที่แล้วรัฐบาลเวียดนามได้ออกกฎหมายใหม่ชื่อว่า PPP ครับ เหมือนของเราให้เอกชนสามารถไปร่วมลงทุนกับรัฐบาลได้ อันนี้ก็เปิดโอกาสอย่างหนึ่งที่ว่าเราจะเข้าไป ผมก็มองว่าเวียดนามวันนี้เป็นโอกาสที่ดีของ SUPER จะเข้าไปทำได้หลายๆ อย่าง วันนี้เราเริ่มต้นที่ไฟฟ้าก่อนนะครับ เดียวเราอาจจะเข้าไปทำน้ำให้ก็ได้ เหมือนที่เราทำที่เมืองไทย หรือเราอาจจะช่วยไปบริหารจัดการขยะก็ได้ หรืออย่างอื่น ๆ ที่เป็นสัมปทาน อะไรที่มีรายได้ที่มั่นคงเราก็มีฐานที่ใหญ่แล้ววันนี้รัฐบาลเวียดนามเขาก็มองเราอยู่ว่าบริษัทเราเป็นอะไร เราก็ไม่ได้มาแต่ชื่อ การลงทุน เงินลงทุนเราก็ค่อนข้างเยอะ ในแง่ของพลังงานแสงอาทิตย์อย่างเดียว เราลงทุนในเวียดนาม 20,000 ล้านบาท ถือว่ามีขนาดใหญ่มาก เดียวพอเราทำพลังงานลมอีก ก็น่าจะลงทุนประมาณ 15,000 ล้านบาท สำหรับ Phase แรก ดังนั้นวันนี้รัฐบาลเวียดนามเขาก็มั่นใจเราเพิ่มขึ้น เพราะเราไม่ได้มาแต่ตัว เรามากับ Know How เรามาจากเงินที่จะลงทุนและมาทำจริง อันนี้ก็คือ Key สิ่งแรกที่ผมจำได้ วันที่ผมเริ่มไปเวียดนามเนี่ย ผมไปที่แบงก์กรุงเทพครับที่โฮจิมินห์ครับ ผมไปเจอคุณเอก (ธราบดี ซึ่งอดีตซีอีโอ, SVP ผู้จัดการทั่วไป ธนาครกรุงเทพ สาขาในประเทศเวียดนาม และผู้จัดการสาขาโฮจิมินห์ ซิตี้)

AEC TAKE-OFF : ผู้จัดการธนาครกรุงเทพ สาขาโฮจิมินห์ ที่นักธุรกิจส่วนใหญ่ซึ่งไปลงทุนในเวียดนามจะรู้จักกันดีนะ

คุณจอมทรัพย์ : SUPER ไปลงทุนในประเทศใหม่ๆ ธนาครกรุงเทพเป็น Partner เป็นแบงก์หลักของเราวันนี้ร้อยละ

80-90 ของบริษัทอยู่ที่แบงก์กรุงเทพนะครับ เมื่อเราไปถึงปั๊บ ผมก็ไปแบงก์กรุงเทพก่อนเลย เพราะว่าแบงก์กรุงเทพอยู่ที่เวียดนามมานานมาก เราต้องไปเจอคนที่มีความรู้ การเรียนรู้ การเข้าไปในแต่ละประเทศนั้นสำคัญที่สุดคือเงินเข้าเงินออกของแต่ละประเทศ ถ้าเกิดเราไปลงทุนแล้วไม่สามารถดึงเงินออกมาได้ อันนี้ก็ปัญหา หรือว่าถ้าเราไม่สามารถใส่เงินเข้าไปได้ ต้องรอการอนุมัตินาน ก็มีปัญหาเช่นกัน ผมไปเจอพี่เอกก็ถือเป็น Expert อยากจะแนะนำทุกๆ ท่านนะครับ ถ้าเราจะไปลงทุนประเทศไหน ถ้าท่านใช้แบงก์กรุงเทพอยู่แล้วก็ไปใช้บริการสาขาของแต่ละประเทศตรงส่วนนี้ จะได้รับความช่วยเหลือ SUPER ถือว่าค่อนข้างได้รับความช่วยเหลือมากจากแบงก์กรุงเทพครับ

AEC TAKE-OFF : คุณจอมทรัพย์ได้มองไปถึงขยายการลงทุนไปประเทศ อื่นๆ ในภูมิภาคอีกไหมคะ

คุณจอมทรัพย์ : ในแง่ของเรา เรามองอาเซียนเป็นหลัก ณ วันนี้จริงๆ แล้วถ้าไม่เกิดโควิด 19 ผมเชื่อว่าเราน่าจะอยู่ในอีก 2 ประเทศแล้ว แต่เพราะการเดินทางไม่ได้ แผนการลงทุนในประเทศอื่นๆ เลยต้องชะลอลง เรามองประเทศกัมพูชา ในแง่ของการเพิ่มกำลังผลิต เพราะวันนี้กัมพูชาไฟฟ้าแพงมากนะครับ เรามองไปถึงฟิลิปปินส์ ไปถึงอินโดนีเซีย อย่างฟิลิปปินส์ผมบินไปสองหนแล้วก็ต้องหยุดเพราะโควิด 19 ถ้าเปิดประเทศขึ้นมาใหม่เราก็คงมองภูมิภาคอาเซียน การเข้าไปทำงานในแต่ละประเทศผมเชื่อว่าต้องมองอะไรที่สะดวกและถนัดก่อนนะครับ เพราะว่าโอกาสต่างๆ วันนี้ในแง่ของพลังงานทดแทนมีทั่วโลก เราได้รับเชิญไปลงทุนในอเมริกาใต้ ก็มี ทางด้านบราซิลหรืออาร์เจนตินา ทั้งพลังงานลมและแสงแดด เราได้รับเชิญไปลงทุนใน แอฟริกา ก็มีนะครับ แต่ก็ต้องยอมรับ เราไม่ได้เป็นบริษัทที่ใหญ่ เป็นบริษัทขนาดกลางๆ เงินทุก

เม็ดของเราก็สำคัญมากในด้านการลงทุนอยากบริหารจัดการอะไรที่ใกล้ๆ ตัวก่อน เพราะตลาดมันยังใหญ่พอ เมื่อไหร่ตรงนี้หมดแล้วเราถึงค่อยไปไกลได้ ก็เลยโฟกัสตรงนี้ วันนี้เราจะเป็น Regional Player มุ่งเน้นในอาเซียนเพราะประชากรสูงมากแล้ว ถ้ารวมเงินเข้ามาด้วยก็หลายพันล้านคนเลย

AEC TAKE-OFF : ถ้าเราเติบโตในภูมิภาคได้ ประเทศใกล้เคียงอย่างบังกลาเทศ อินเดีย จีน ก็ไม่น่าไกลเกินเอื้อม

คุณจอมทรัพย์ : ใช่ครับ ที่บังกลาเทศก็มอง อินเดียก็ยังมองอยู่ แต่ละประเทศความยากง่ายในการบริหารจัดการและวัฒนธรรม การสื่อสารหรือการทำงานของคนจะไม่เหมือนกัน เราต้องมองไปก่อนว่าคุ้นเคยและชินกับใครก่อนแล้วค่อยขยายไป อีกส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือ Banking Partner วันนี้เราก็มองไปที่อินเดียแต่ว่าเรายังไม่มี Banking Partner ที่จะไปลงทุนใครจะปล่อยให้เรา เราก็จะชะลอการลงทุนตรงนั้นก่อน

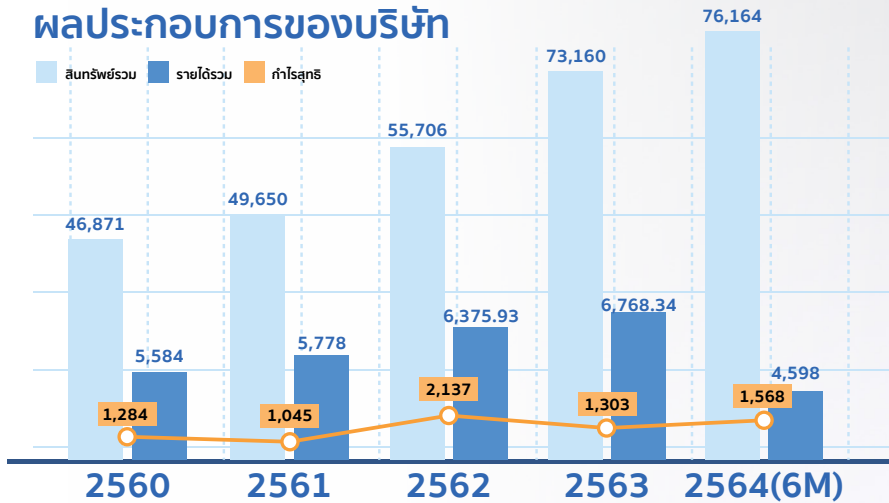
AEC TAKE-OFF : ถือว่าเป็นข้อคิดที่ดีนะคะ ในเรื่องของการที่จะมี Banking Partner เพราะธนาครกรุงเทพของเราก็มีอยู่กว่า 300 สาขาในอาเซียน

คุณจอมทรัพย์ : ทาง SUPER ก็ได้รับบริการเต็มที่อยู่แล้วนะครับ ต้องขอบคุณแบงก์กรุงเทพมาก การเติบโตที่มาในครั้งนี้ได้ความไว้วางใจจากแบงก์กรุงเทพ เราจึงเติบโตได้เพราะใช้เงินแบงก์กรุงเทพเยอะครับ

AEC TAKE-OFF : สุดท้ายคุณจอมทรัพย์มองว่าหลังสถานการณ์โควิด 19 คลี่คลายนักธุรกิจควรมีหลักคิดอย่างไรเพื่อจะ Take-off ไปสู่อุณหภูมิต่ำ

คุณจอมทรัพย์ : วันนี้ นะครับ ต้องยอมรับ

ผลประกอบการของบริษัท



ว่าเราอยู่ในวิกฤติ ทุกคนเชื่อว่านี่จะเป็นปลายวิกฤติแล้ว กำลังจะออกจากวิกฤติแล้ว เพราะเราเริ่มเปิดเมืองใหม่ ก็หวังว่าไม่มี Wave 4 หรือ Wave 5 เราก็น่าจะดีขึ้นไปเยอะมาก แต่ผมก็จำได้ครับ ตอนที่ผมอยู่ในช่วงวิกฤติมาก่อน มีดบาดด้านก่อนมาทำพลังงานทดแทน เรายังต้องมีสมาธิและใช้เวลากับตัวเอง

ผมแนะนำนะครับใช้เวลาตรงช่วงนี้คิดให้มาก ว่าตอนนี้มันกำลังจะเปิดแล้วจะทำอะไรในช่วงวิกฤติไม่มีคนเก่งมีแต่ว่าใครทนได้มากกว่ากัน วันนี้ปลายวิกฤติแล้ว ถ้าเกิดท่านยังมีธุรกิจอยู่แสดงว่าท่านใช้ได้เลย ท่านแข็งแกร่งหรือว่าถ้าเกิดท่านหยุดไป อันนี้เป็นโอกาสที่สามารถจะเริ่มใหม่ได้

SUPER วันนั้นเคยเจอวิกฤติเมื่อ 7-8 ปีที่แล้ว Market Cap หรือ มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของเราลงไปเหลือแค่ 90 ล้านบาท หลังจากนั้น 8 ปี วันนี้ Market Cap ของเราขึ้นไป 27,000 ล้านบาทเราเจอวิกฤติอยู่ 8 ปีนะครับ วิกฤติของเราคือคู่แข่งยอมผลิตแล้วขายต่ำกว่าทุน หรือว่าต่ำกว่าทุนเรา ทุกก่อนทุกสิ่งที่เราขายเนี่ยเราขาดทุน อันนั้นก็เลยเป็นวิกฤติที่ยากมาก แต่พอโอกาสมาถึง ทุกอย่างปรับเปลี่ยนได้ครับ ถ้าเกิดเรายังไม่ยอมแพ้เราสู้กับมัน ผมเชื่อว่าวันนี้ บางคนบอกเสียที่สุดท้ายแล้ว ถ้าเกิดไม่แก้ไขเนี่ยจมน้ำแน่ๆ

เสียที่สุดท้ายของท่าน มันถึงจุดที่กำลังจะหลุดแล้ว ถ้าเกิดท่านยังอดทนหน่อยแล้วท่านยังบริหารจัดการ Cash Flow ได้วางแผนให้ดีครับ

แต่ต้องเข้าใจนะครับ มันเป็น New normal การทำธุรกิจมันปรับเปลี่ยนไปแล้ว ท่านก็ต้องปรับเปลี่ยนไปด้วย วันนี้ผมเห็นหลายๆ คนมีรายได้จากการใช้เทคโนโลยีมาช่วย ขายของผ่านอินเทอร์เน็ตบ้าง ทำ Tik Tok บ้าง ทำรายการ TV ของตัวเองบนช่อง Website แล้วก็มีคนติดตาม ตรงส่วนนี้ก็ดูว่าท่านเก่งยังไง ถ้าเกิดท่านเก่งแล้วก็บริหารจัดการผ่านตรงนี้ได้ ผมเชื่อว่าท่านอาจจะเป็นแบบ SUPER ก้าวกระโดดได้จาก Market Cap 90 ล้าน ขึ้นไป 27,000 ล้าน ทุกคนทำได้หมดนะครับ ถ้าพร้อมที่จะอดทนแล้วพร้อมที่จะเปลี่ยน อันนี้ผมคิดว่าอยากฝากทุกท่าน วันนี้เราสู้ไปด้วยกัน เรามีโอกาสเติบโตแน่นอน

ณ วันนี้ นอกจากเราจะได้เห็นวิสัยทัศน์และทิศทางดำเนินธุรกิจของบริษัท ซุปเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำพลังงานทดแทนของอาเซียนแล้ว เรายังได้เห็นวิสัยทัศน์ความเป็นผู้นำของ คุณจอมทรัพย์ โลจายะ ผู้กล้าพลิกโฉมหน้าเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาส นำมาสู่ความสำเร็จแบบก้าวกระโดด และโอกาสที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง



ASEAN EV Hub

รับเมกะเทรนด์ แห่งโลกอนาคต

“ยานยนต์ไฟฟ้า” (Electric Vehicles : EV) หนึ่งในอุตสาหกรรมที่กำลังอยู่ในเทรนด์ของโลก นอกจากจะเป็นเทคโนโลยียานยนต์แห่งอนาคตแล้ว ยังตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานฟอสซิล ลดการใช้ทรัพยากร ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน



แม้จะเกิดวิกฤติโควิด 19 แต่การพัฒนาการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการรถ EV ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รายงานของ องค์กรพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency หรือ IEA) ระบุว่า ปี 2563 ทั่วโลกได้มีการจดทะเบียนรถยนต์พลังงานไฟฟ้าใหม่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ถึง 3 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึงร้อยละ 41 สวนทางกับยอดขายรถยนต์ทั่วไปที่มี 77.6 ล้านคัน ตีลบถึงร้อยละ 16 ลดลงจากปี 2562 ที่มียอดขายทั่วโลก 91.7 ล้านคัน คาดการณ์ว่าภายในปี 2583 ปริมาณสัดส่วนการใช้รถ EV จะเพิ่มต่อเนื่อง ไปถึงระดับ 1 ใน 3 ของปริมาณรถยนต์ทั่วโลก

เมกะเทรนด์ดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งประเทศทางฝั่งตะวันตกและฝั่งเอเชียที่นำโดยประเทศจีนและญี่ปุ่นได้พัฒนานวัตกรรมประสบความสำเร็จไปพอสมควร เป้าหมายต่อไปคือการขยายฐานลงทุนไปยังภูมิภาคต่างๆ ของโลก รวมถึงอาเซียนที่เป็นตลาดใหญ่ ทิศทางเติบโต และหลายประเทศในอาเซียน ทั้งสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ รวมถึงไทย ต่างก็

เห็นความสำคัญ สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงระเบียบกฎหมาย เพื่อรองรับการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า วางแนวทางนโยบาย ประกาศเป้าหมายในการใช้จุดเด่นของประเทศตนเอง แข่งขันช่วงชิงตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (Strategic Positions) ศูนย์กลางฐานการผลิตและส่งออกยานยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN EV Hub)

ประเทศสิงคโปร์วางแผนนโยบายสนับสนุนให้ประชากรปรับเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น มีการออกมาตรการจูงใจต่างๆ ทั้งการลดหย่อนภาษีสินค้ายานยนต์ไฟฟ้าให้มีราคาถูกลง การลดอัตราการจัดเก็บภาษีรถยนต์ประจำปี การรับเงินคืนสูงสุดสำหรับการซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าถึงร้อยละ 45 ที่จะทำให้นักลงทุนในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าถูกลงเฉลี่ยร้อยละ 11 เป็นการลดช่องว่างแตกต่างของต้นทุนการซื้อรถยนต์ทั่วไป ตลอดจนการเพิ่มปริมาณสถานีชาร์จไฟฟ้าให้เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันประมาณ 1,600 จุด เป็น 28,000 จุดทั่วประเทศ ซึ่งจากนโยบายและมาตรการ

ต่างๆ สิงคโปร์ได้ตั้งเป้าหมายภายในปี 2583 ประเทศจะมีเพียงการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

ด้านอินโดนีเซียซึ่งมีความได้เปรียบด้านตลาดขนาดใหญ่ จำนวนประชากรกว่า 270 ล้านคน และมีแหล่งทรัพยากรแร่ निकเกิลที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตแบตเตอรี่ 1 ใน 4 ของโลก ได้ตั้งเป้าหมายให้ประเทศเป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และแบตเตอรี่ของอาเซียน พร้อมกับออกนโยบายลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตยานยนต์ไฟฟ้า

มาตรการส่งเสริมการลงทุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และส่วนประกอบต่างๆ ซึ่งปัจจุบันนอกจากนักลงทุนภายในประเทศ ดังเช่น แกร็บ (Grab) อินโดนีเซีย เอกชนแรกๆ ที่ดำเนินการผลิตรถยนต์ไฟฟ้ากว่า 5,000 คันกระจายทุกหมู่เกาะในอินโดนีเซียแล้ว ก็ยังมีผู้ผลิตยานยนต์รายใหญ่จากต่างประเทศหลายรายเข้าไปลงทุนในอินโดนีเซีย อาทิ เทสลา ฮุนได และแอลจี นอกจากนี้ยังได้ตั้งเป้าหมาย

เป้าหมายการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า และจำนวนสถานีชาร์จไฟฟ้าในกลุ่มประเทศอาเซียน			
ประเทศ	ยานยนต์ไฟฟ้า	เป้าหมายปริมาณการผลิต (ปี)	เป้าหมายจำนวนสถานีชาร์จไฟฟ้า (ปี)
สิงคโปร์	HEV/PHEV/BEV	เปลี่ยนใช้รถยนต์ไฟฟ้าทั้งหมดภายใน 2583	28,000 แห่ง (2583)
อินโดนีเซีย	HEV/PHEV/BEV	- EVs 400,000 คัน - E-motorcycles 2.1 ล้านคัน (2568)	31,000 (2573)
มาเลเซีย	BEV (full EV) HEV/PHEV (partial EV)	- EVs ส่วนบุคคล 100,000 คัน - รถโดยสารไฟฟ้า 2,000 คัน - รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า 100,000 คัน (2564)	120,000 (2564)
ฟิลิปปินส์	HEV/PHEV/BEV/NEV	- 1 EVs 100,000 คัน (2564)	-
เวียดนาม	HEV/PHEV/BEV/NEV	- EVs 100,000 คัน (2564)	-
ไทย	HEV/PHEV/BEV	- EVs 1.2 ล้านคัน (2579)	12,000 หัวจ่าย (2573)

การสร้างสถานีชาร์จไฟฟ้า 31,000 แห่งทั่วประเทศภายในปี ในปี 2573 และสถานีสลับแบตเตอรี่ (Battery Swapping) จำนวน 50,000 จุด ในปี 2578

ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศแรกๆ ของอาเซียนที่สนับสนุนการพัฒนาการรถยนต์ไฟฟ้าให้สอดคล้องกับนโยบายการสนับสนุนเทคโนโลยีสะอาด (National Green Technology Policy) ที่ได้มีการตั้งเป้าหมายภายในปี 2564 สนับสนุนการเพิ่มปริมาณใช้ยานยนต์ไฟฟ้าส่วนบุคคลได้ถึง 100,000 คัน รถโดยสารไฟฟ้า 2,000 คัน และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า 100,000 คัน รวมถึงการติดตั้งสถานีชาร์จไฟฟ้า 120,000 แห่งทั่วประเทศ การออกมาตรการสนับสนุนส่งผลให้มีผู้ผลิตรถยนต์ต่างประเทศรายใหญ่หลายรายทั้งฮอนด้า โตโยต้า นิสสัน เมอร์เซเดส-เบนซ์ ขยายการลงทุนผลิตส่วนประกอบและรถยนต์ EV

อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจุบันปริมาณการผลิตยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายวางไว้ เนื่องจากข้อจำกัดบางประการ แต่มาเลเซียก็ยังคงไม่ละความพยายามในการพัฒนาสนับสนุนอุตสาหกรรมรถ EV ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ประเทศฟิลิปปินส์ บรรจุแผนพัฒนายานยนต์ไฟฟ้าเป็นนโยบายสาธารณะ กำหนดพื้นที่นำร่องการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ออกมาตรฐานการยกเว้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ EV ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันเป็นอย่างดีในการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม ตั้งแต่วัตถุดิบแร่ निकิล สำหรับผลิตแบตเตอรี่ ชิ้นส่วนประกอบยานยนต์ โครงสร้างพื้นฐานสถานีชาร์จไฟฟ้า สิทธิประโยชน์การลงทุน ตลอดจนออกมาตรการด้านภาษีเพื่อให้ราคายานยนต์ไฟฟ้าถูกลง

ประเทศเวียดนาม นับเป็นศูนย์กลางการลงทุนและร่วมทุนอุตสาหกรรมการผลิตเทคโนโลยีระดับสูงอันดับหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน เป็นทางเลือกแรกๆ รองจากประเทศจีน มีอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลัก วางตำแหน่งกลยุทธ์ของประเทศ China+1 ดึงการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมเป้าหมายให้เข้ามาอยู่ในประเทศรูปแบบการร่วมทุนหรือการลงทุนทางตรง (Foreign Direct Investment : FDI) โดยเน้นให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตเทคโนโลยีระดับสูงที่มีความเป็นสากล ได้ประกาศ

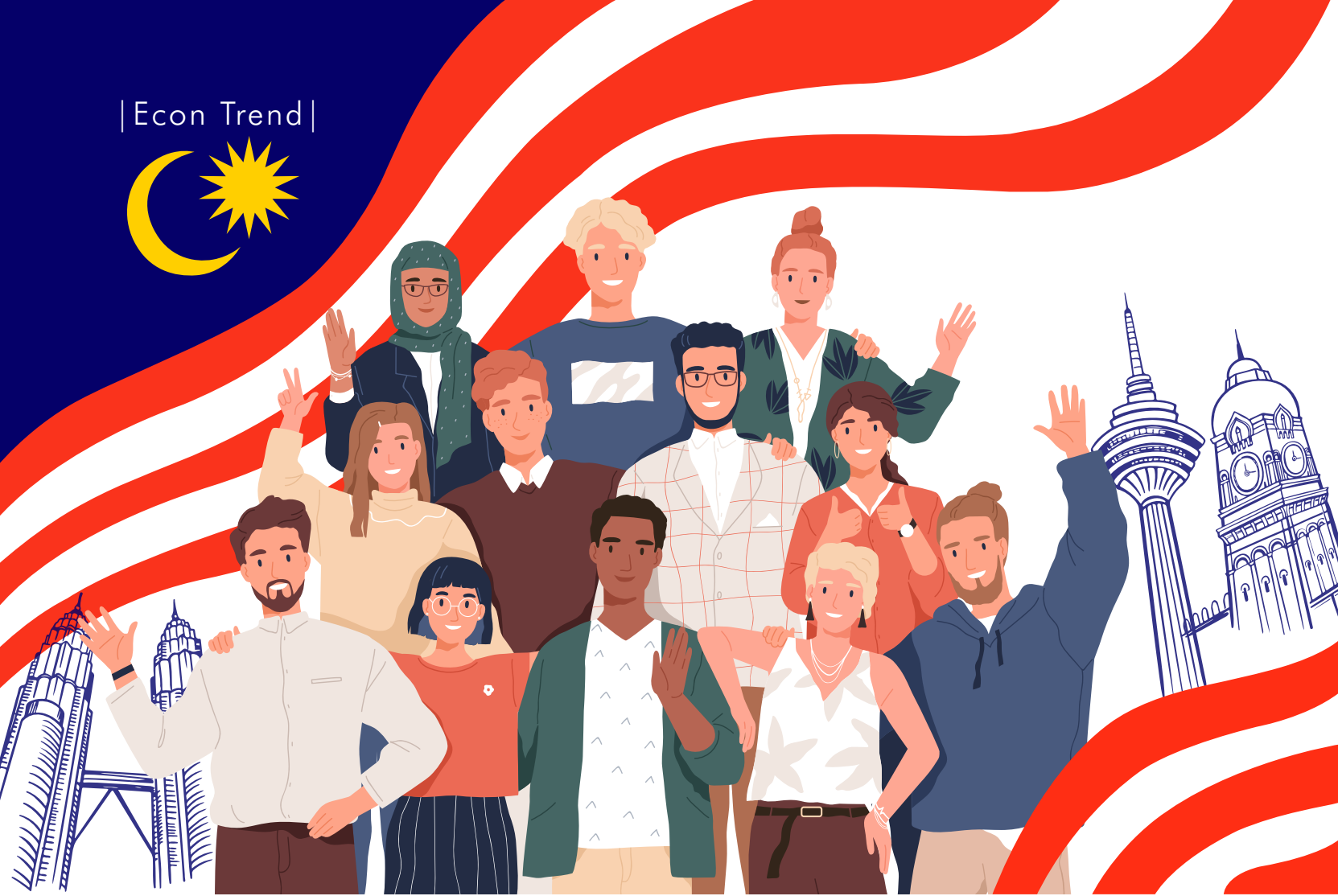
เป้าหมายยกเลิกการใช้จักรยานยนต์ในพื้นที่หัวเมืองหลักในประเทศในปี 2578 ควบคู่ไปกับแผนการลงทุนในยานยนต์สาธารณะและสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ใหม่ไร้มลพิษขึ้นมารองรับ

สำหรับประเทศไทยกำหนดให้อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) ที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้เข้าประเทศในอนาคต โดยได้มีนโยบายในการดึงดูดการลงทุนและส่งเสริมการลงทุนที่หลากหลาย แนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ตามนโยบาย 30/30 คือการตั้งเป้าผลิตรถ ZEV (Zero Emission Vehicle) หรือรถยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 30 ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี 2573 หรือคิดเป็นปริมาณการผลิตประมาณ 750,000 คัน จาก 2.5 ล้านคันที่ผลิตได้ ตลอดจนการตั้งเป้าหมายสถานีชาร์จไฟฟ้ากระจายทั่วประเทศภายในปี 2573 สำหรับรถยนต์นั่งและรถกระบะในลักษณะ Fast Charge จำนวนทั้งสิ้น 12,000 หัวจ่าย และสถานีสลับเปลี่ยนแบตเตอรี่ (Battery Swap) ให้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้ารับจ้างและส่งสินค้า Delivery จำนวนทั้งสิ้น 1,450 แห่ง

ทั้งนี้ นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าของประเทศต่างๆ อาเซียน นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจแต่ละประเทศแล้ว ยังเป็นการต่อยอดเป้าหมายขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก้าวสู่การเติบโตที่ยั่งยืนในอาเซียน

อ้างอิงจาก :

- Author's investigation and Vietnam Economic News 22.11.2017
- <https://reglobal.co/decarbonisation-of-transport-the-journey-of-electric-vehicles-in-asean/>
- www.iea.org
- www.eria.org
- www.parliament.go.th



Millennial Take All

พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกลุ่ม Gen Y ในมาเลเซีย

กลุ่มมิลเลนเนียล หรือผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980-2003 หรืออาจเรียกสั้นๆ ว่ากลุ่ม ‘เจนวาย’ (Gen Y) คือกลุ่มผู้บริโภคที่นักการตลาดให้ความสำคัญ ทั้งในฐานะกำลังซื้อกลุ่มหลัก และกำลังแรงงานกลุ่มสำคัญที่เริ่มก้าวทะยานไปสู่การเป็นผู้บริหาร เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุค New Normal ที่อิงกับเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในช่วงวัย 18-41 ปี ซึ่งมีมากกว่า 1,800 ล้านคนจากจำนวนประชากรทั่วโลกกว่า 7,000 ล้านคน โดยในไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีจำนวนเกือบ 1 ใน 3 หรือคิดเป็นจำนวนมากกว่า 20 ล้านคน

กลุ่มมิลเลนเนียลช่วงอายุตั้งแต่ 28-41 ปี กำลังโดดเด่นในตลาดแรงงานในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง (Top Spenders) ของตลาด ทดแทนเงินเนอเรชั่นก่อนหน้าทั้ง Gen X

หรือ Baby Boomer ในขณะเดียวกันบางคนมีความสามารถสูง เต็มโตถึงระดับผู้บริหาร หรือ Young Executive คาดว่าราว 10 ปีนับจากนี้ กลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่เป็น Top Management ขององค์กรหรือบริษัทต่างๆ ก็จะเต็มไปด้วยกลุ่มมิลเลนเนียลเหล่านี้แทบทั้งหมด

“มิลเลนเนียลจะเป็นผู้บริหารระดับกลางที่เปี่ยมด้วยพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในมาเลเซีย” Datuk Seri Vijay Eswaran ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร QI GROUP เล่าว่า เมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัวกลับเข้าที่ คนกลุ่มมิลเลนเนียล (เจนวาย) เตรียมเดินทางแสดงศักยภาพด้านดิจิทัลเทคโนโลยีของตนเอง ขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า บริษัททั้งหลายควรตั้งเป้าให้กลุ่มมิลเลนเนียลอย่างน้อยร้อยละ 30 มีบทบาทอย่างน้อยในระดับ

ผู้บริหารย่อยๆ ในองค์กร เพื่อหวังให้พวกเขาใช้ทักษะดิจิทัลมาช่วยพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน มุ่งสู่ความสำเร็จในตลาดระดับสากล ซึ่งเวลานี้เหมาะสมที่จะเดินหน้าไปสู่เป้าหมายดังกล่าว เพราะสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 เริ่มบรรเทาและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรอบใหม่เริ่มกลับมามีชีวิตชีวา กระตุ้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Vijay ระบุว่า QI Group เล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับการส่งเสริมบทบาทของกลุ่มมิลเลนเนียล โดยเพิ่มจำนวนผู้บริหารระดับกลางที่มีอายุระหว่าง 25 ถึง 30 ปี ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกิจการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะเคล็ดลับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่มีอะไรมากมายนอกจากจะหมั่นสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ ลงทุนกับบุคลากรรุ่นใหม่ ต้องชักจูงคนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารธุรกิจ เพราะทักษะทางดิจิทัลที่มีติดตัวมาตั้งแต่วัยเยาว์ จะช่วยให้พวกเขามีไอเดียที่นำเสนอไอเดียที่มีความกล้าที่จะเปลี่ยน หรือกล้าที่จะท้าทายระบบเดิมที่พวกเขามองว่าล้าสมัย ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนมาเลเซียให้ก้าวไปสู่ตลาดในระดับภูมิภาคได้อย่างรวดเร็ว

ผู้บริหาร QI Group อ้างถึงผลสำเร็จของหลายเขตเศรษฐกิจอย่างฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน และดูไบ ซึ่งเริ่มต้นจากการไม่มีอะไรจนสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจภูมิภาค เนื่องจากสภาพแวดล้อมอันเสรีที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ และการส่งเสริมบทบาทคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาบริหารองค์กรและหน่วยปกครองระดับสูง

“มิลเลนเนียล ในฐานะกลุ่มกำลังซื้อสูง รัฐบาลควรปลดล็อกกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น เร่งพัฒนาดิจิทัลทางการเงิน”



“อีคอมเมิร์ซ คือวิถีแห่งอนาคตสำหรับคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีไลฟ์สไตล์ผูกติดกับอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์อย่างแยกไม่ออก จึงเป็นยิ่งกว่าโอกาสสำหรับนักธุรกิจมาเลเซียในการเข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้ ที่สำคัญ หากเรามุ่งเป้าแค่ในประเทศ ก็จะได้แค่ 30 ล้านคน แต่หากเน้นเข้าถึงตลาดทั่วทั้งภูมิภาค นั่นหมายถึงลูกค้า 600 กว่าล้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้ากลุ่มวัย Centennials หรือ เจน Z หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540-2553 และกลุ่ม Alpha Generation หรือผู้ที่เกิดหลังปี 2553 ซึ่งจะเป็นกำลังซื้อกลุ่มสำคัญในอนาคตอันใกล้” Vijay กล่าวย้ำ

แต่ปัญหาหลักก็คือ ตอนนี้มาเลเซียยังตามหลังหลายประเทศ ทั้ง สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย หรือแม้แต่กัมพูชา และสปป. ลาว ซึ่งกำลังเดินหน้าเติมกำลังเพื่อขยายธุรกิจไปยังระดับภูมิภาค โดยเน้นการตลาดที่อิงกับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ รวมถึงส่งเสริมบรรยากาศการแข่งขันที่เสรีโดยรัฐบาล เป็นปัจจัยขับเคลื่อน

บริษัทมาเลเซียเผชิญอุปสรรคสำคัญในด้านกฎเกณฑ์ข้อบังคับ รวมถึงระบบภาษีซึ่งส่วนใหญ่ล้าสมัย ไม่ทันสถานการณ์ นอกจากนี้ยังมีระบบราชการที่รัดกุมการดำเนินงานธุรกิจไว้อย่างแน่นอน ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรปลดล็อกอุปสรรคเหล่านี้ เพราะขณะนี้หลายบริษัทแข่งขันสู้คนอื่นไม่ได้ เนื่องจากพิธีรีตองและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น บางอันใช้มาตั้งแต่ยุคอาณานิคมอังกฤษ ทำให้ต้นทุนสูง บั่นทอนความสามารถทางการแข่งขัน

Vijay ย้ำว่า ระบบธุรกรรมชำระเงินและเปิดบัญชีที่สะดวก รวดเร็ว คือกุญแจสำคัญ โดยยกตัวอย่างฮ่องกง ซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ QI Group สามารถดำเนินการเปิดบัญชีให้ลูกค้าได้ภายใน 10 นาทีเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม ระบบการธนาคารของมาเลเซีย ยังยึดโยงอยู่กับเอกสารแบบฟอร์มจำนวนมาก หรือความจำเป็นที่จะต้องไปปรากฏตัวที่ธนาคารต่อหน้าเจ้าหน้าที่ เพื่อทำธุรกรรมต่างๆ โดยสิ่งเหล่านี้ คืออุปสรรคสำคัญในการพัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการค้าเงินขนาดเล็ก ซึ่งกำลังจะเป็นหัวใจหลักของระบบเศรษฐกิจในยุคหลังโควิด 19

“เรา (มาเลเซีย) ระวังตัวจนกลายเป็นว่า ไม่กล้าลอง ไม่กล้าเสี่ยง ดังนั้นถึงเวลาที่เรากำลังคิดใหม่ ทำใหม่ มิเช่นนั้นจะอยู่รอดได้ยากในตลาดเสรียุคนี้ ที่เชื่อมโยงถึงกันทั่วทั้งโลก” ดังนั้น อย่างแรกสุดที่ Vijay อยากแนะนำรัฐบาลมาเลเซียให้ทำก็คือ ลดอุปสรรคทางการค้า ทั้งในรูปแบบของภาษี หรือ ข้อจำกัดที่ไม่ใช่ภาษี ทั้งนี้ เพื่อเปิดทางให้ธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกรรมดิจิทัล สามารถเติบโต ก้าวหน้าได้อย่างเต็มศักยภาพ

ส่องแผน “เปิดประเทศ”

ในอาเซียน สัญญาณบวกต่อเนื่อง อีก 2 ปีข้างหน้า

แม้ว่าหลายประเทศกำลังเผชิญการระบาดของโรคโควิด 19 ระลอกที่ 2 และ 3 ต่อเนื่องกันตลอดครึ่งปีที่ผ่านมา แต่ก็มีหลายประเทศที่พยายามควบคุมพร้อมกับปูทางเปิดประเทศ ค่อยๆ แจ่มประตูต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งกัมพูชา สปป.ลาว บรูไน และมาเลเซีย ท่ามกลางมาตรการกักตัวที่เข้มงวด

ขณะที่บางประเทศเน้นเปิดเมืองสำคัญ นำร่อง ได้แก่ ภูเก็ต แซนด์บ็อกซ์ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม หรืออินโดนีเซียที่เริ่มเปิดเกาะบาหลี่ เวียดนามกำลังเปิดเกาะฟูโก๊วก ในเดือนกันยายนนี้ ขณะที่สิงคโปร์เลือกเปิดรับนักท่องเที่ยวเป็นบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย บรูไน จีน นิวซีแลนด์และไต้หวัน

นอกจากนี้ หลายประเทศจำกัดผู้ที่จะเดินทางเข้าประเทศโดยให้เฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการทูต งานราชการ งานด้านความช่วยเหลือระหว่างประเทศ หรือการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น บางประเทศอย่างเมียนมายังคงล็อกดาวน์อย่างเต็มรูปแบบ ไม่เปิดให้ใครเดินทางเข้าประเทศ

เศรษฐกิจอาเซียนทรุดหนักสุดในประวัติศาสตร์ แต่ในมุมมองของบริษัทเอกชนส่วนใหญ่กลับเห็นแนวโน้มเติบโตของอาเซียนยังสดใสอย่างน้อย 2 ปีนับจากนี้ไป จากผลการศึกษาโดยหอการค้า



สหรัฐอเมริกาในสิงคโปร์ ซึ่งมีบริษัทข้ามชาติหลายแห่งเข้ามาตั้งสำนักงานประจำภูมิภาคนี้ เปิดเผยบทวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจอาเซียนในอีก 2 ปี สรุปว่าอาเซียนยังคงเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสายตาชาวโลก เนื่องจากมีตลาดขนาดใหญ่

นอกจากนี้ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนมีแนวโน้มที่จะยุติหรือบรรเทาลงภายใต้นโยบายชุดใหม่ของประธานาธิบดีโจ ไบเดน ซึ่งให้ความสนใจอาเซียนมากกว่ารัฐบาลชุดก่อน ถือเป็นสัญญาณบวกที่จะช่วยดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาในภูมิภาคมากขึ้นในอนาคตอันใกล้

รายงานยังระบุอีกว่า อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของอาเซียน คือ การขยายตัวของจำนวนชนชั้นกลางซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มสำคัญ โดยจากการสำรวจบริษัทอเมริกันพบว่า

กว่าร้อยละ 50 ของบริษัทที่ทำการสำรวจทั้งหมด เชื่อมั่นว่าอาเซียนคือตลาดที่โดดเด่นกว่าทุกที่ในโลก เติบโตด้วยกำลังซื้อซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของบริษัทในอีก 2 ปีข้างหน้า ขณะที่บริษัทอีกไม่น้อยมองเห็นอีกหนึ่งปัจจัยบวกที่จะส่งเสริมการเติบโตในอาเซียน นั่นคือการผสานเชื่อมโยงกันของเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก ซึ่งจะมีมากขึ้นในปีต่อๆ ไป

แม้หลายประเทศกำลังเผชิญกับการระบาดของโรคโควิด 19 แต่ในระยะยาว หลายบริษัทมองว่าอาเซียนยังคงเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปเป็นแหล่งลงทุนที่มีอนาคต ท่ามกลางการขยายตัวของจำนวนผู้บริโภคที่เป็นชนชั้นกลาง

อ้างอิงจาก
• <https://www.travelinglifestyle.net/asia-re-opening-borders-to-tourism-updated-list/>
• ASEAN-Business-Outlook-Survey-2021-March-24-Final

เหตุผลที่บริษัทเอกชนมองว่าอาเซียนยังคงสำคัญในฐานะแหล่งรายได้ในอีก 2 ปีข้างหน้า
เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นในโลก (7 เหตุผลแรก)

	เหตุผล	ร้อยละของบริษัท ที่ให้เหตุผล ดังกล่าว
1	การขยายตัวของจำนวนผู้บริโภคชนชั้นกลาง (Rise in consumer class)	66%
2	การผสานเชื่อมโยงของเศรษฐกิจที่มีมากขึ้น (Improving regional integration)	62%
3	ต้นทุนการผลิตต่ำ (Competitive production costs)	50%
4	โอกาสการเติบโตที่มีมากกว่าภูมิภาคอื่นในโลก (Limited growth opportunities in other regions)	42%
5	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Improvement in infrastructure)	40%
6	จำนวนแรงงานทักษะที่เพิ่มมากขึ้น (Increased availability of trained personnel)	36%
7	กฎหมายและแรงจูงใจที่ดีในการดึงดูดนักลงทุนต่างประเทศ และปกป้องธุรกิจ (Adequate laws and regulations to encourage foreign investment and protect business)	24%



Gojek ถึง GoTo

ก้าวสู่ธุรกิจเทคโนโลยีและ บริการขนส่งเพื่อความยั่งยืน



ปัจจุบันสังคมตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคโควิด 19 ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนในภาคธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทเอกชนใส่ใจแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (Environment Social and Governance: ESG) เกิด “กิจการเพื่อความยั่งยืน (Conscious Company)” สอดรับกับกระแสโลกทศวรรษใหม่

APAC ESG for Morgan Stanley Capital International (MSCI) ให้นิยาม “กิจการเพื่อความยั่งยืน” ว่าเป็นองค์กรที่สนใจในทุกเรื่องรอบด้าน 360 องศา ทั้งการกระทำและพฤติกรรมและยังเป็นองค์กรที่ไม่ได้หมกมุ่นแค่เรื่องการหาผลกำไร แต่ต้องสนใจความยั่งยืนของระบบนิเวศ สังคม และเศรษฐกิจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ข้อมูลงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าเม็ดเงินลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับ

ESG เพิ่มสูงขึ้นมากในอาเซียนรอบหลายปีที่ผ่านมา ที่อินโดนีเซีย กิจการบริการและเทคโนโลยีชั้นนำอย่าง Gojek สตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นกลุ่มให้บริการขนส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค ได้ชูวิสัยทัศน์การเป็นผู้นำมาตรฐานใหม่ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน โดยประกาศเป้าหมาย “สามศูนย์” ภายในปี ค.ศ. 2030 หรือ พ.ศ. 2573 ได้แก่ ปลดปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ (Zero Emission) ปลดปล่อยของเสียให้เหลือศูนย์ (Zero Waste) และลด

อุปสรรคการเข้าถึงบริการพื้นฐานให้เป็นศูนย์ (Zero Barriers) โดยเริ่มต้นจากการชูธง 3 ประการเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์กิจการ ESG ที่ตื่นรู้กับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ GoGreener, GoForward และ GoTogether

ภายใต้เป้าหมายแรก คือ Zero Emission นั้น Gojek วางแผนจะปรับเปลี่ยนรถยนต์และจักรยานยนต์สำหรับธุรกิจขนส่งของบริษัทฯ ทั้งหมดให้เป็นระบบไฟฟ้า หรือ EV ภายในปีพ.ศ. 2573 เป้าหมายถัดไป คือ Zero Waste บริษัทฯ เริ่มดำเนินแนวทาง “ลดใช้พลาสติกครั้งเดียว” โดยจะส่งเสริมให้ปรับใช้ตลอดกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และในส่วนของ Zero Barriers บริษัทฯ ได้ระดมการมีส่วนร่วมของพนักงานบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนกิจการเพื่อส่งเสริมความหลากหลายและเท่าเทียม รวมถึงแผนการช่วยเหลือธุรกิจขนาดย่อมให้สามารถเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นดิจิทัล

สิ่งที่น่าสนใจคือ เจตนารมณ์การเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืนจะถูกสานต่อหรือไม่ ภายหลังจาก Gojek ควบรวมกิจการกับโทโกพีเดีย (Tokopedia) เมื่อเดือนพฤษภาคม 2564 ที่ผ่านมา กลายเป็นบริษัทใหม่ที่ชื่อ GoTo ที่ครอบคลุมบริการจำนวนมาก ตั้งแต่บริการเรียกรถ (Ride Hailing) บริการทางการเงิน (Digital Payments) และธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ซึ่งขยายขนาดและกิจกรรมครอบคลุมวิถีชีวิตประชาชนอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งมากขึ้นกว่าเดิม

Patrick Cao ประธาน GoTo ให้สัมภาษณ์กับ Nikkei Asia ว่า เจตนารมณ์การเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืน รวมถึงยุทธศาสตร์ “สามศูนย์” ของ Gojek เดิมนั้น จะยังคงถูกขับเคลื่อนต่อไปภายใต้บริษัทใหม่ GoTo

อย่างไม่ต้องสงสัย พร้อมระบุเส้นทางสู่การเป็นธุรกิจ ESG ของเรายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ความมุ่งมั่นและแนวทางดำเนินงานมีพร้อมเต็มเปี่ยมแล้วในตอนนี้อย่างไม่ต้องสงสัย

ขณะที่ Tanah Sullivan อดีตหัวหน้าฝ่ายความยั่งยืนของ Gojek กล่าวว่า ทุกวันนี้ สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับองค์กรคือ การทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ระหว่างหุ้นส่วนในห่วงโซ่ธุรกิจตลอดทั้งสาย นอกจากนี้ให้ความสำคัญในเรื่องของข้อมูลที่ต้องโปร่งใสและน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล เพราะการจะขึ้นชื่อได้ว่าเป็นบริษัทเพื่อความยั่งยืนนั้นไม่ควรเน้นแค่กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หรือโฆษณากิจกรรมซึ่งเป็นแค่เปลือกนอก แต่ควรปรับเปลี่ยนอย่างจริงจังให้ถึงแก่นแท้ของตัวผลิตภัณฑ์ นั่นคือ หมั่นพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานตลอดทั้งกระบวนการในห่วงโซ่การผลิต เพื่อให้สินค้าและบริการทำหน้าที่เล่าเรื่องโดยตัวของมันเอง

“ธุรกิจของเราต้องแสดงให้เห็นว่าความยั่งยืนสามารถเพิ่มมูลค่าได้อย่างไร หรือความยั่งยืนคือของดีสำหรับผู้บริโภคในสังคมแค่ไหน ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทฯ ต้องทบทวนตัวเอง วิเคราะห์แผนธุรกิจ ประเมินความเสี่ยงและโอกาส จากนั้นจึงสามารถตัดสินใจได้ว่าจะปรับตัวอย่างไร หรือลงทุนเปลี่ยนแปลงด้านใดให้แก่ธุรกิจเป็นการเพิ่มเติม” Tanah กล่าวเสริม

ในช่วงวิกฤติโควิด 19 แนวคิด “กิจการเพื่อความยั่งยืน” หรืออีกความหมายหนึ่งก็คือ ธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (ESG) ได้รับความสนใจจากภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก

บริษัทจำนวนมากต้องต่อสู้เพื่อเอาตัวรอดเผชิญแรงกดดันให้ต้องปรับเปลี่ยนวิถีทางธุรกิจเพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกันและรักษาความสามารถในการแข่งขัน ขณะเดียวกันต้องใส่ใจสิ่งแวดล้อมรอบตัวมากขึ้น หลายคนจึงตระหนักว่า จริงๆ แล้วธุรกิจกับสังคมต่างต้องพึ่งพาอาศัยกัน เชื่อมโยงเกี่ยวข้องอย่างแยกกันไม่ออก

สตาร์ทอัพ มีข้อได้เปรียบในการปรับตัวมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ เพราะไม่ต้องเผชิญแรงกดดันจากนักลงทุนที่หวังผลกำไรหรือมูลค่าหุ้นในระยะสั้น สามารถลองผิดลองถูกได้โดยไม่เปลืองตัวจนเกินไป

Gojek ซึ่งขณะนี้กลายเป็นกิจการเทคโนโลยีขนาดใหญ่และมีศักยภาพยิ่งเพิ่มมากขึ้นในชื่อใหม่คือ GoTo ถือเป็นสตาร์ทอัพที่ขยับตัวเรื่องของความยั่งยืนก่อนคนอื่นในภูมิภาคอาเซียน โดยประกาศเป้าหมายและแผนงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นธุรกิจ ESG ก่อนใครเพื่อน สะท้อนให้เห็นว่า Tech Startups) ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พยายามพิสูจน์ตัวเองด้วยเชื่อว่า ธุรกิจยิ่งเติบโตสังคมยิ่งคาดหวัง จึงจำเป็นที่จะต้องสนใจและใส่ใจคุณภาพชีวิตประชาชนและสิ่งแวดล้อมให้เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

อ้างอิงจาก :

- <https://www.thejakartapost.com/ms/gojek-2019/2021/06/16/how-gojek-is-leading-the-tech-industry-in-setting-sustainability-standards.html>
- <https://www.brandbuffet.in.th/2021/05/gojek-tokopedia-merge-goto-group/>
- <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Environment/Climate-Change/Grab-and-Gojek-commit-to-carbon-zero-ahead-of-public-listing>



Raena Lim

ไลฟ์สตรีมมิ่งบนอินสตาแกรม
สร้างโอกาสทางการค้าที่
ไร้ขีดจำกัด

Raena Lim ผู้ก่อตั้ง Style Theory แพลตฟอร์ม
สินค้าแฟชั่นที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียนเล่าถึงพลัง
ของอินสตาแกรมกับการ Livestream เพื่อ
ทำการตลาดสินค้า Luxury ที่เน้นความหรูหรา
ในสิงคโปร์ โดยสร้างช่องทางการตลาดที่มี
ประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์เนื้อหาและ
เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสไตล์ของตัวเอง
ได้เกินความคาดหมาย

Style Theory คือ แพลตฟอร์มสินค้าแฟชั่นแนวรักษ์โลกสำหรับผู้บริโภคตลาดบนที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นศูนย์รวมของสินค้าจำพวกเครื่องแต่งกายและกระเป๋าดีไซน์เรียบสำหรับการจำหน่าย ให้เช่า ผากขาย หรือแม้แต่ซ่อมแซมตัดแปลง เธอเปิดเผยถึงกลยุทธ์เด็ดด้านการตลาด นั่นคือ การไลฟ์สตรีมมิ่ง (Livestreaming) ผ่านอินสตาแกรม (Instagram : IG) โดยการนำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์ด้านความสวยความงาม (Beauty Influencer) ชื่อดัง อาทิ Drea Chong and Cheryl Wee รวมถึงคนอื่นๆ อีกมากมาย

Raena Lim (เรน่า หลิม) ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้จัดการฝ่ายบริหารเล่าว่า บริษัทเห็นถึงศักยภาพของการไลฟ์สตรีมเพื่อนำเสนอสินค้าที่สะท้อนบุคลิกภาพ โดยพบว่า เป็นช่องทางที่ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้ามาชมได้อย่างทรงพลัง อีกทั้งยังดึงดูดความสนใจให้อยากจะเข้ามาทดลองจับต้องสินค้าจริงๆ ในร้านค้าหรือในงานมหกรรมออฟไลน์ที่จัดขึ้น สร้างความจดจำและความสัมพันธ์อันมีความหมายระหว่างบริษัทกับลูกค้า

กิจการของเธอไปได้สวยในอินโดนีเซียและสิงคโปร์ซึ่งเป็นตลาดที่เปิดกว้าง ขณะที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือแบรนด์ของเธอเพิ่มมากขึ้นในปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มลูกค้าเป็นผู้หญิงวัยละ 85 อายุระหว่าง 25-40 ปี สำหรับการไลฟ์สตรีมในอินสตาแกรม Lim พบว่า เป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้ขายสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งฟังก์ชันอันมีสีสันของตัวอินสตาแกรมเอง ที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างลงตัวและเกื้อหนุนให้การไลฟ์สตรีมมิ่งน่าสนใจแบบไร้รอยต่อ

“เราเห็นการมีส่วนร่วมของลูกค้าในระดับที่แตกต่างกันในแต่ละแพลตฟอร์ม แต่สิ่งหนึ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจลูกค้าสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี คือ การไลฟ์สตรีมทางอินสตาแกรมที่เน้นให้อินฟลูเอนเซอร์มาช่วยเป็นพรีเซนเตอร์สินค้า และการสร้างบุคลิกที่สามารถจดจำได้ง่ายให้แก่สินค้า นั่นจะช่วยเพิ่มยอดขาย บางทีเป็นหลักพันคนในครั้งเดียว นอกจากนี้เราไม่หยุดยั้งที่จะนำเสนอแรงจูงใจไม่ว่าจะเป็น แพ็กเกจผ่อนชำระไม่มีดอกเบี้ย หรือนโยบายการคืนสินค้าที่ซื้อไปแล้ว ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคของเราผู้มีรสนิยมในสินค้าคุณภาพดีแนวแบรนด์เนม” Lim ระบุ

ขณะนี้ การไลฟ์สตรีมสินค้าแบรนด์เนมขายปลีก กำลังก่อตัวเป็นกระแสนิยมในภูมิภาคเอเชีย ขณะเดียวกันก็เข้ามาท้าทายธุรกิจแบรนด์เนมชั้นนำที่เคยเป็นเจ้าของของส่วนแบ่งการตลาดมาก่อน วันนี้แบรนด์ดังจำนวนมากต้องปรับตัวหันมาไลฟ์สตรีมด้วยเช่นกัน

จะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม วันนี้ธุรกิจแพลตฟอร์มไม่ใช่แค่เปิดพื้นที่ขายสินค้าเหมือนเมื่อก่อน แต่ได้เข้ามาเป็นผู้เล่นขายสินค้าแข่งกับธุรกิจสินค้าไปเสียเองเลย สภาพการแข่งขันในตลาดสินค้าแบรนด์เนมจึงเข้มข้นดุเดือด เช่น ตอนนี้มีมีการเปรียบเทียบกันในกลุ่มนักช้อปปิ้งแบรนด์เนมว่าอะไรน่าสนใจกว่ากัน ระหว่างคอลเลกชันล่าสุดของหลุยส์ วิตตอง กับ แฟชั่นของแพลตฟอร์มเถาป๋ออันมีสีสันและราคาเข้าถึงได้ในขณะที่ความพยายามปรับตัวของแบรนด์เนมอย่าง ดิออร์ ด้วยการไลฟ์สตรีม กลับทำได้ไม่โดดเด่นเท่าธุรกิจแพลตฟอร์มหน้าใหม่ที่มีบุคลิกทันสมัยเข้าถึงง่าย และหลากหลายยิ่งกว่า นั่นบ่งชี้ว่า รูปแบบการตลาดที่จะประสบผลสำเร็จในทุกวันนี้เป็นเรื่องของเทคนิคที่สร้างสรรค์ในการนำเสนอสินค้าบนไลฟ์สตรีม การสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นมีเอกลักษณ์ และการกระชับความสัมพันธ์กับผู้เข้ามาเยี่ยมชม

Sheena Sauvaire หัวหน้าฝ่ายการตลาดของ Net-a-Porter เล่าว่า หนึ่งในข้อดีของไลฟ์สตรีมที่เห็นได้ชัด คือ การถ่ายภาพชีวิตชีวิตของสินค้า ซึ่งผู้ชมรู้สึกว่าการใช้งานได้จริงในชีวิต ลูกค้าเห็นรายละเอียดที่ชัดเจน ทั้งรูปลักษณ์ เรื่องราวของแบรนด์ สามารถสอบถามกันสดๆ และรู้ว่าแต่ละชิ้นของผลิตภัณฑ์ถูกออกแบบมาอย่างไร โดยใคร เป็นต้น นอกจากนี้การที่สตรีมมิ่งเกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าเข้าถึงง่ายผ่านโทรศัพท์มือถือแทบจะตลอดเวลา “หมายความว่าโอกาสซื้อซ้ำหรือช้อปปิ้งเพิ่มเติมกับแพลตฟอร์มของเรา ย่อมมีมากขึ้นในคราวต่อไป”

อย่างไรก็ตาม หลายคนยังเชื่อว่าการช้อปปิ้งในห้างนั้นดีกว่า เพราะลูกค้าได้สัมผัสสินค้าจริง ให้ความรู้สึกใกล้ชิด เชื่อมมันกับสินค้ามากกว่า โดยเฉพาะสำหรับสินค้าแบรนด์เนม ดังนั้น ธุรกิจสินค้าแบรนด์เนมยังต้องเดินหน้าไลฟ์สตรีมด้วยความระมัดระวัง จนกว่าจะค้นพบความกลมกลืนของแนวทางช้อปปิ้งออนไลน์และออฟไลน์ ที่ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมั่นต่อสินค้าไม่ต่างกันระหว่างสองรูปแบบ

Lim ปิดท้ายว่า การไลฟ์สตรีม คือ ความกลมกลืนดังกล่าว เพราะทันทีที่เริ่มรีวิวนสินค้า ช่องว่างระหว่างการช้อปปิ้งออนไลน์และการลองสัมผัสสินค้าด้วยตัวเองแบบออฟไลน์ก็แคบลงโดยลำดับ โดยเฉพาะสำหรับสินค้าแบรนด์เนม ซึ่งผู้บริโภครู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและการได้รับบริการที่เป็นพิเศษส่วนตัว เฉกเช่นเดียวกับการนัดหมายไปดูสินค้าในห้องส่วนตัวใน Shop หรือห้างสรรพสินค้า จึงมองว่า “การไลฟ์สตรีมสินค้าแบรนด์เนม ช่วยสร้างประสบการณ์พิเศษและสัมผัสได้จริงให้แก่กันช้อปปิ้ง ซึ่งจะเป็นแนวโน้มที่สดใสต่อไปในยุคหลังวิกฤติโควิด 19”

MEGA SALE DAY

วันแห่งการช้อปปิ้งที่ยิ่งใหญ่ สุดในอาเซียน ถอดแบบความสำเร็จ จาก Single day ของจีน

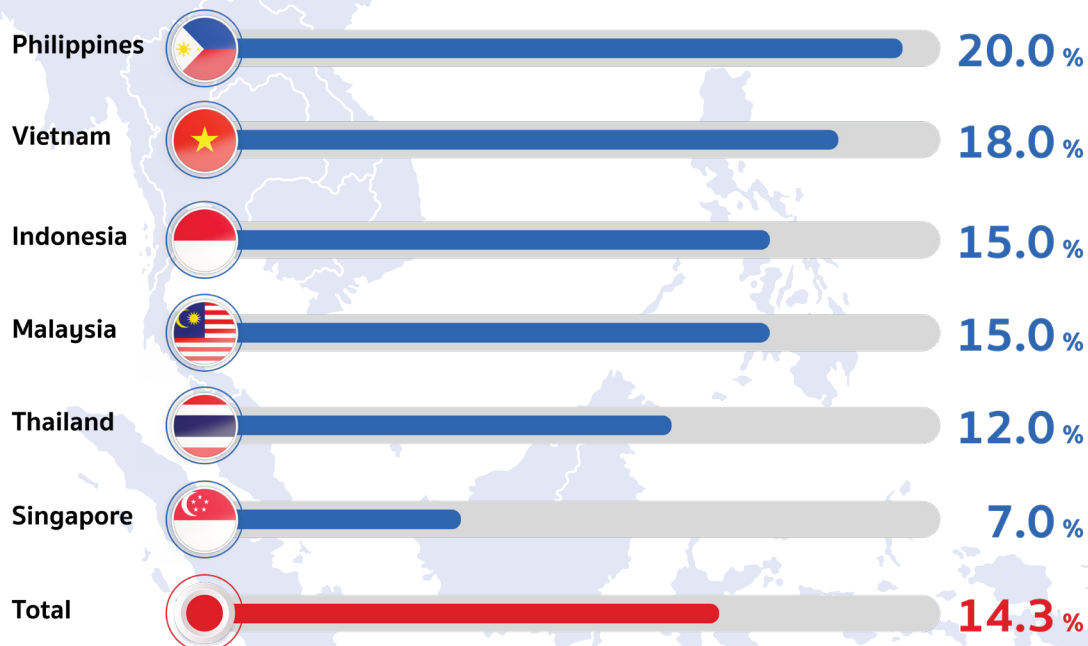
มหกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า หรือ เมกะ เซลล์ เดย์ เป็นหนึ่ง
กิจกรรมสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการค้าขายออนไลน์ในกลุ่มประเทศ
ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การศึกษาชิ้นหนึ่งบ่งชี้ว่า ผู้ค้า
ปลีกจำนวนมากในภูมิภาคนี้เชื่อว่างิจกรรมดังกล่าวจะประสบผล
สำเร็จอย่างดี เช่นเดียวกับที่วัน ซิงเกิ้ล เดย์ ของจีน หรือ วัน แบล็ค
ฟรายเดย์ ของอเมริกา เคยทำได้มาก่อน

การสำรวจชิ้นหนึ่งโดย Facebook Inc. และ Bain & Co. เปิดเผยข้อมูล
ที่น่าสนใจว่า ประมาณร้อยละ 86 ของกลุ่มตัวอย่าง 4,000 คน เลือกที่
จะช้อปปิ้งออนไลน์ในวันเช่นนี้ ซึ่งมักจะกำหนดจัดขึ้นในวันที่
มีความหมายและจดจำง่าย เช่น วันที่ 6 เดือน 6 (6/6) หรือ
วันที่ 7 เดือน 7 (7/7) และในร้อยละ 43 ของจำนวนนี้ เพิ่ง
เคยมีประสบการณ์ช้อปปิ้งออนไลน์ครั้งแรก นอกจากนี้ยังพบ
ว่ากลุ่มนักช้อปปิ้งดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นคนไทยและเวียดนาม



อัตราการเติบโตของการค้าปลีกออนไลน์ ใน 6 ประเทศอาเซียน ในปี 2564

ทั้งนี้ เป็นข้อมูลการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต รวมเอาทุกวิธีการชำระเงินไว้แล้ว



ที่มา : eMarketer, May 2021

กลุ่มธุรกิจแพลตฟอร์มค้าออนไลน์ชั้นนำอย่าง Alibaba Lazada Shopee และ Qoo10 ต่างผูกแคมเปญลดแลกแจกแถมเพื่อดึงดูดผู้บริโภคในตลาดออนไลน์ในภูมิภาคแห่งนี้ ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชากรถึง 650 ล้านคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่โรคโควิด 19 กำลังแพร่ระบาด ผู้ค้าปลีกและแบรนด์จำนวนมาก ต่างพุ่งเป้าไปที่แพลตฟอร์มยอดนิยมนดังกล่าว เพื่อหวังส่วนแบ่งการตลาดค้าออนไลน์ซึ่งกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในกลุ่มประเทศอาเซียน

Benjamin Joe รองประธาน Facebook ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตลาดเกิดใหม่ กล่าวว่า มหกรรมจำหน่ายสินค้าครั้งใหญ่ หรือ เมกะ เซลล์ เดย์ คือ

มิติใหม่ของวงการช้อปปิ้งออนไลน์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ผ่านมากิจกรรมดังกล่าวมีความโดดเด่นในเรื่องสินค้าลดราคา จัดขึ้นเพียงวันเดียว ต่อมา มีการเพิ่มลูกเล่นโดยกำหนดจัดงานในวันที่มีความหมายและจำได้ง่าย เช่น 7/7

ตัวเลขผลสำรวจ ยังบ่งชี้ว่าร้อยละ 72 ของกลุ่มตัวอย่าง เข้าไปช้อปปิ้งออนไลน์กันล่วงหน้าก่อนถึงวันจริง ส่วนใหญ่เข้าไปดูการไลฟ์สตรีมผ่านวิดีโอคลิปเพื่อทำความรู้จักสินค้า โดยร้อยละ 63 เข้าไปค้นหาสินค้าตัวใหม่โดยช่องทางโซเชียลมีเดีย

ทั้งนี้ ข้อมูลจากเว็บไซต์ Emarketer.com ระบุว่า การช้อปปิ้งออนไลน์ในภูมิภาค

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เติบโตร้อยละ 35.2 ในปีที่แล้ว ส่วนปีนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 (สำรวจเมื่อเดือนพฤษภาคม 2564 – ภาพ) โดยประมาณการว่า มูลค่าการค้าปลีกออนไลน์ยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก เนื่องจากเมื่อคิดเป็นสัดส่วนการช้อปปิ้งออนไลน์เทียบกับการซื้อขายโดยตรงในร้านค้า ยังถือว่าน้อยมาก โดยคิดเป็นไม่ถึงร้อยละ 5 นั่นหมายความว่า ยังมีผู้บริโภคอีกเป็นจำนวนถึงกว่าร้อยละ 95 ของ 600 กว่าล้านคนทั่วภูมิภาคที่พร้อมเปิดรับวิธีการช้อปปิ้งออนไลน์ซึ่งกำลังเติบโตเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นโดยลำดับ ท่ามกลางมรสุมโรคโควิด 19 ที่เร่งเร้าให้ผู้บริโภคต้องปรับพฤติกรรมจากการช้อปปิ้งออฟไลน์ไปสู่การช้อปปิ้งออนไลน์ที่มีแนวโน้มที่สดใสในอนาคต

‘เกาะฟูโก๊วก’

เวียดนามเปิดพื้นที่นำร่อง การท่องเที่ยวยุคโควิด

ชุมชนท้องถิ่นและธรรมชาติทางทะเล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจสำคัญของกลุ่มประเทศอาเซียน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จาก 66 ล้านคน ในปี 2552 เป็น 133 ล้านคน ในปี 2562 แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้การเดินทางหยุดชะงักลง 2 ปี สร้างผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจท่องเที่ยว

และธุรกิจต่อเนื่อง มูลค่าความเสียหายมหาศาลโดยเฉพาะใน ‘เวียดนาม’

มาตรการดึงดูดรายได้ท่องเที่ยว เริ่มจากการที่ประเทศไทยได้เริ่มโครงการ ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) เริ่มตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2564 ที่ผ่านมา อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดส และมีผลตรวจโรคโควิด 19 เป็นลบ สามารถเข้าประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัว 14 วัน

แต่ต้องพำนักอยู่ที่เกาะภูเก็ตไม่น้อยกว่า 14 วันก่อนเดินทางไปยังพื้นที่อื่น จากรายงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าตลอดระยะเวลากว่า 1 เดือนของโครงการ มีปริมาณนักท่องเที่ยวมาเยือนภูเก็ตประมาณ 1.4 หมื่นคน สร้างเม็ดเงินที่เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจรวมกว่า 1,925 ล้านบาท นับเป็นทิศทางที่ดีสำหรับการขยายโครงการในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

‘เวียดนาม’ ก็มีโครงการที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย โดยได้วางแผนไว้ในช่วงเดือนตุลาคม 2564 จะเปิดการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ เริ่มนำร่องที่ เกาะฟูโก๊วก (Phu Quóc) ในจังหวัดเกียนซาง (Kien Giang) ตั้งเป้าหมายในช่วงสามเดือนแรก คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเกาะฟูโก๊วกเดือนละ 2,000-3,000 คน และระยะที่สอง คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นเดือนละ 5,000-10,000 คน

ทั้งนี้ เวียดนามได้กำหนดแนวทางที่ปลอดภัยในช่วงของการนำร่อง โดยเริ่มสนับสนุนให้มีการฉีดวัคซีนแก่ประชากรในพื้นที่ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 70 ภายใน



เดือนกันยายน ขณะเดียวกันก็จะมี การคัดกรอง นักท่องเที่ยวจากประเทศที่มี ศักยภาพ มีความเสี่ยงต่ำ ต้องได้รับการฉีด วัคซีนครบ 2 โดส ตามที่ทางการเวียดนาม รับรอง โดยต้องฉีดวัคซีนอย่างน้อย 14 วัน แต่ไม่เกิน 12 เดือนนับจากวันที่เดินทาง เข้าประเทศ และก่อนเดินทางจะต้องการ แสดงผลการตรวจโรคโควิด 19 เป็นลบด้วย วิธี RT-PCR หรือกรณีของผู้ที่เคยติดเชื้อ จะ ต้องมีการรับรองว่าหายจากโรคโควิด 19 แล้วไม่เกิน 12 เดือน

ส่วนการเดินทางของชาวต่างชาติจะเป็น ลักษณะเที่ยวบินเช่าเหมาลำ บินตรงจาก ต้นทางถึงปลายทางที่สนามบินนานาชาติ พุกอกวิ๊ก โดยนักท่องเที่ยวจะเข้าพักและ เที่ยวชมสถานบริการต่างๆ ที่กระทรวง วัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว และ คณะกรรมการประชาชนของจังหวัด ได้ ร่วมกันคัดเลือกไว้อย่างเหมาะสม จึงมั่นใจ ได้ถึงมาตรฐานความปลอดภัย

สำหรับ พุกอกวิ๊ก เป็นเกาะที่ตั้งอยู่กลางทะเล อ่าวไทย ระหว่างชายแดนประเทศเวียดนาม และประเทศกัมพูชา สภาพแวดล้อม

ไปด้วยธรรมชาติที่สวยงาม หาดทราย สีขาว น้ำทะเลที่สวยงามและใส ได้ขึ้นชื่อว่า “ไข่มุกเม็ดงามแห่งเวียดนาม” เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และหนึ่งในจุดหมาย ปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องไปเยือน

ภายในเกาะนอกจากจะมีสถานที่พักอาศัย ให้เลือกหลายระดับที่พักติดริมทะเล ให้ นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ ที่สวยงามอย่างเต็มที่แล้ว ยังมีสถานที่ ท่องเที่ยวและกิจกรรมทางน้ำและทางบก มากมายที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำ ชมปะการังที่สมบูรณ์มาก เที่ยวหมู่บ้าน ชาวประมง ลิ้มรสอาหารทะเลบนร้าน อาหารลอยน้ำชมวัดของศาสนา Caodaiism ที่มีต้นกำเนิดบนเกาะพุกอกวิ๊ก ชมความ สวยงามยามตะวันตกดิน และทิวทัศน์อัน งดงามบนเนินเขาฝั่งชายหาดทางตะวันออกที่เจดีย์โฮ กิว๊ก (Ho Quoc Pagoda) พบกับความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ ที่หาด ปลาดาว ที่เหล่าปลาดาวน้อยใหญ่จำนวนมาก ที่ทยอยว่ายขึ้นมาอบแสงจันทร์เต็ม หน้าหาดในยามค่ำคืน เป็นต้น

สำหรับโครงการนำร่องนี้ แน่นนอนว่า



วัตถุประสงค์คือเพื่อส่งเสริมให้เวียดนาม เป็นจุดหมายปลายทางที่สวยงามปลอดภัย และน่าดึงดูดใจด้วยมาตรการป้องกันและ ควบคุมโรคระบาดที่มีประสิทธิภาพ เป็น กลไกช่วยพยุงเศรษฐกิจให้ดีขึ้นท่ามกลาง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ทั่วโลกและอาเซียนต้องเผชิญไปอีก นานพอสมควร





AEC CONNECT

ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่
อีเมล : aecconnect@bangkokbank.com
โทรศัพท์ : (66) 2230-2758